

---

DURBAN – Centro de Información y Protección de Marcas (TMCH)

Miércoles, 17 de julio de 2013 – 11:00 a 13:00

ICANN – Durban, Sudáfrica

KAREN LENTZ:

Gracias. Bienvenidos a todos. Mi nombre es Karen Lentz, de la ICANN. Me gustaría darles la bienvenida a Durban y a la sesión sobre el Centro de Información y Protección de Marcas. Este es un proyecto que ha representado un gran trabajo de la comunidad, desde el momento en que se propuso de que debíamos tener un Centro de Información y Protección de Marcas en el espacio de los nuevos gTLD, hasta el desarrollo de los requisitos para estos procesos y la construcción de los sistemas necesarios para que todo funcione.

Hoy tenemos mucho tiempo para esta sesión. Tenemos que hablar sobre muchas cosas. Me gustaría disculparme con aquellas personas que, según escuche, se presentaron aquí esta mañana a las 8:00. Originalmente, esta sesión estaba programada para las 8:00 am y con una duración de solo una hora, por lo que reprogramamos esta sesión a principios de esta semana para poder organizar el tiempo que sentimos que era necesario para poder abordar toda la información que tenemos para compartir. Así que, nuevamente, le pido disculpas a aquellos que no recibieron la información y no sabían que se hizo este cambio y se presentaron en la sala.

Me gustaría presentar al equipo. Nosotros, la ICANN, estamos implementando el Centro en conjunto con excelentes socios, que me

---

*Nota: El contenido de este documento es producto resultante de la transcripción de un archivo de audio a un archivo de texto. Si bien la transcripción es fiel al audio en su mayor proporción, en algunos casos puede hallarse incompleta o inexacta por falta de fidelidad del audio, como también puede haber sido corregida gramaticalmente para mejorar la calidad y comprensión del texto. Esta transcripción es proporcionada como material adicional al archivo, pero no debe ser considerada como registro autoritativo.*

están acompañando en el día de hoy. A mi izquierda, de la ICANN, tenemos a Christine Willett y a Gustavo Lozano. A mi derecha, tenemos a Vicky Folens y a Jan Corstens, de Deloitte. Tenemos a Dirk De Bevere, de IBM, Audrey (inaudible), de IBM, a Jan Jansen de CHIP y a Don Fancher, de Deloitte. Estamos ansiosos por compartir la sesión con ustedes en el día de hoy.

Lo que queremos abordar en esta sección es, yo brindare una actualización sobre el estado y los plazos del proyecto, en líneas generales. El equipo de Deloitte les brindara el estado de los servicios de verificación que tienen en funcionamiento. IBM proporcionara los planes relativos a los servicios de pre-registro y reclamo, que actualmente están en proceso de construcción, y luego tenemos mucho tiempo para realizar preguntas y respuestas. Así que, solo para repasar esto en caso que alguien sea nuevo en el tema, el Centro de Información y Protección de Marcas (TMCH) fue propuesto como una base de datos mundial para brindar protección de derechos, específicamente, y la protección de marcas registradas en el espacio de nuevos gTLD.

Está diseñado como un repositorio global. Verifica la información de marcas registradas de titulares de derechos que están en todo el mundo. Mantiene todo en una base de datos centralizado y luego esos datos son utilizados y ditribuidos de forma correspondiente a los registros y registradores que estan utilizándolo durante sus procesos de inicio para implementar los mecanismos de protección de derechos.

---

Este grafico tiene por objetivo reflejar las diferentes funciones que el Centro de información está llevando a cabo, porque realiza diferentes operaciones e involucra a diferentes partes del ecosistema. Recibimos muchas preguntas con respecto a quién hace qué y sobre a quién deberían recurrir para realizar preguntas acerca de ciertas cosas.

Asi que obviamente estamos intentando mejorar las herramientas que las personas deben entender, dónde están ciertas funciones y a dónde dirigirse, pero solo quería repasar eso un poco. Si miran la parte superior de la diapositiva, pueden ver que se refleja a los titulares de derechos presentando sus datos de marcas registradas al Centro de Información y Protección, y eso se realiza a través del servicio de verificación que actualmente está siendo manejada por Deloitte. La base de datos que está en el medio es el repositorio de todos esos registros del Centro de Información y Protección, y saliendo de la base de datos, los servicios de pre-registro y reclamos brindan mecanismos para que los registros y registradores puedan obtener esos datos, para que los utilicen cuando están iniciando sus TLDs.

Así que, lo que ven en el medio, las tres partes que están entre corchetes, es lo que se conoce generalmente como El TMCH (Centro de Información y Protección de Marcas), y como pueden ver, tiene algunas partes más. En términos de los plazos y los objetivos del proyecto, esto está, creo, alineado con lo que se ha compartido con ustedes de parte de otras personas esta semana. El servicio de verificación se lanzó en marzo. La base de datos API para la base de datos de las marcas

---

registradas se completó en abril. Hay una prueba de entorno que se hará disponible en julio. Hablaremos un poco sobre eso.

Se anticipan los servicios de la evaluación de pre-registro y la producción de pre-registro para agosto, y los servicios de reclamo para septiembre. Voy a hacer un comentario al respecto. Estas son fechas estimadas, lo que estoy mostrando aquí, y, tal como les diré IBM, creo que están apuntando a alcanzar algunos de esos objetivos un poco antes de estas fechas. En lo que respecta a la continuación del trabajo relativo al desarrollo básico de los sistemas del Centro de Información y Protección, una de las cosas en las que estamos trabajando es en el desarrollo de lo que yo llamo el portal de pre-registro (Sunrise).

En debates anteriores se sugirió que sería útil contar con un lugar para rastrear toda la información de pre-registro de todos los diferentes equipos que estarían siendo lanzados.

(inaudible)

Entonces tomamos los resultados de estas discusiones, ya sea en la nueva versión que nosotros esperamos postear para comentarios públicos, y nuestro tiempo es un tema aquí, diría que queremos tenerlo postearlo dentro de una semana y espero que ustedes hagan una revisión común sobre este tema, ahora le voy a pasar la palabra a Gustavo Lozano y él va a hablar sobre la prueba de TMCH, esto está

---

disponible esta semana para que ustedes tengan una revisión de estos asuntos.

GUSTAVO LOZANO:

Estuvimos hablando con IBM y Deloitte para generar estos SMDs, muchos registros y solicitantes han solicitado esto porque consideraron que es importante para comenzar la prueba. Es importante mencionar que estos files fueron generados con la misma infraestructura que vamos a utilizar en la producción, así que tenemos cuatro tipos de SMDs, los activos, revocados, firmados y por un validador de TMB revocado, y SMDs con firmas invalidas.

Hemos provisto para dos primeros elementos en dos diferentes idiomas, los que están listados en la presentación, y también tenemos etiquetas de IDN en los SMDs, también hemos brindado esta información que está disponible para ustedes, pueden utilizar en estas (inaudible) que pueden verificar los SMDs, una lista de revocación de SMDs y también los enlaces para bajar SMDs.

Estamos trabajando en la provisión de darles una interface y ustedes van a comenzar a probar los archivos, esto es importante, los va a ayudar a implementar e integrar los sistemas para el registro. Si ustedes tienen alguna pregunta me pueden enviar un e-mail o enviar un correo electrónico a la lista de correos electrónicos, donde será respondido.

---

KAREN LENTZ: Muchas gracias Gustavo.

GUSTAVO LOZANO: Esta es la lista de nombres de dominios registrados. Estos son los nombres que van a ser cargados en la base de datos.

KAREN LENTZ: Ahora le voy a dar la palabra a Jan Corstens y vamos a hacer la actualización de los certificados.

JAN CORSTENS: Muchas gracias, bienvenidos a todos. En cuanto al equipo de centro de formación de marcas les doy la bienvenida. Le doy las gracias a las personas con las cuales estuvimos trabajando juntos, que nos dieron retroalimentación y trabajamos juntos. Hemos trabajado duro los últimos 4 o 5 meses. Recibimos mucha cooperación y retroalimentación de varias partes. En cuanto a esto, y la IPA y las sesiones que organizamos, esas sesiones fueron muy útiles para saber cómo hacer mejor lo que estamos haciendo. Solo les puedo decir que vamos a continuar trabajando así, de manera tan abierta como sea posible para implementar sobre la base de la retroalimentación que recibamos de la comunidad.

Y ahora le paso la palabra a Vicky para que comience su presentación.

VICKY FOLENS:

bienvenidos, tenemos una serie de cosas que vamos a discutir en cuanto al centro de información de marcas. Los procesos de verificación que tiene que ver con los comentarios que nosotros recibimos y los errores comunes para que no sucedan una vez más. Y también hay confusión de los “scripts” cadenas de caracteres latinos, hemos discutido las etiquetas de abuso, que es lo que está sucediendo con el centro de formación de marcas y les voy a dar ciertas estadísticas también.

En cuanto al proceso de verificación es importante saber que nosotros tenemos un proceso de revisión de cuatro ojos, eso es un proceso manual, son dos grupos de agentes de verificación. El primero verifica la información del centro de verificación de marcas y el segundo lo hace también, verifican si todo esta correcto y esto actualiza el estado.

Cuando el grupo uno con el grupo dos no están de acuerdo por alguna inconsistencia que hubiere va a un grupo de aseguramiento de calidad y verifican lo que ya fue verificado y toman una decisión sobre la base de esa información.

Lo mismo es de la prueba de uso, si hay una información inconsistente va a un grupo de control de calidad. ¿Qué es lo que vemos y que es lo que revisamos? Que la marca esté registrada, que la información sea exacta y completa y que los requisitos de legibilidad sean los correctos, también es importante notar que nuestros agentes de verificación están localizados en todo el mundo, no solamente desde Bélgica que provee

---

los recursos, también tenemos otros lugares en el mundo y nuestros recursos no existen exclusivamente en Bélgica, tenemos recursos dentro de nuestras oficinas también.

Nosotros trabajamos con nuestras oficinas globales y con nuestros expertos en temas de marcas, los abogados para tener temas de verificación y una de las cosas que queremos ver es una de las estadísticas cuando presentamos.

En este punto, hay 47 % de las marcas que están en el centro de información de marcas, son de los Estados Unidos, otro 45% viene de Europa. En este momento el grueso del proceso de verificación, proviene de Norte América o de Europa, como dijo Vicky, ahí se encuentra la mayor parte de las verificaciones, pero ustedes también verán que tenemos marcas de 60 países y también tienen el involucramiento de todas las otras oficinas en todo el mundo.

VICKY FOLENS:

Yo dije mi primera diapositiva, es que si hay algún problema que no está correcto, en ese momento el centro de marca inicia un proceso para corregir el registro de marcas. No corregimos nada, es la responsabilidad de editar la información, lo que les damos es un comentario externo y le damos la información sobre porque este registro no fue verificado. El proceso de revisión normalmente va de 21 días o 20 días para corregir los registros, no implementamos este plazo



porque estamos trabajando con ustedes para ayudarles y asistirlos en la verificación de las marcas.

Notamos que especialmente en el verano, muchas de las verificaciones especialmente para los tenedores de marcas quieren corregir la información, por eso no iniciamos este tema automáticamente, vamos a hacerlo después del verano y eso significa que si ustedes no corrigen en 20 días, esto va a ser invalido y en ese momento van a tener que presentar el registro de la marca.

Las razones por las cuales tenemos este proceso, voy a ir rápido, y es importante que se sepan porque se inician estos procesos de corrección, el nombre es incorrecto, el nombre del tenedor es correcto o incorrecto o no se presentaron documentos, por ejemplo si cambio el nombre por alguna razón y no puedo informar a la oficina de marcas, tenemos que tener una documentación fidedigna para que pruebe. Hay otras inconsistencias y la dirección cambia, esto está bien y también tenemos que obtener información documental para establecer que la dirección cambió, las fechas de registro también esto implica la descripción de bienes y servicios, los detalles y también vamos a ir en unos minutos a eso.

La prueba de uso no es suficiente, la declaración de prueba de uso no fue firmada y no existe un certificado, iremos más en detalle y vamos a presentarles cuántos de estos registros de marcas están en estado incorrecto.

En cuanto a los errores que surgen, el 7% son incorrectos por el nombre de la marca ya sea no está bien escrita y la regla general es que tiene que ser una coincidencia exacta con la certificada, para las marcas generales es fácil, pero también hay agentes y tenedores de marcas que hacen un error en la escritura, por ejemplo si es TMCH con un espacio y registran que la marca es TMCH con o sin espacio, si lo registran con un espacio van a tener más protección porque reciben la etiqueta TM y TM X, así que la tienen que devolver a los agentes.

La excepción en las guías para el centro de información de marcas se dice que no se permiten marcas con un punto, notamos que esto ha dado cierta complejidad y cierta confusión con los agentes y tenedores de marcas. Trabajamos con ICANN para hacer más flexible en cuanto a las reglas específicas en cuanto a lo que se permite y que no para que las marcas puedan calificar o que puedan incluir un punto para que sean aceptadas en el centro de información de marcas.

Tenemos líneas claras y las publicaremos tan pronto como sean aprobadas, y las incluiremos en las guías, desde nuestro punto de vista hay temas técnicos también para hacer esto, porque en este momento los puntos no están permitidos, no está permitido reemplazar un punto con un guión y cuando lo corrijamos, vamos a poder reemplazar un punto con un guión, la marca con un indicador como “.org” o cualquier otra extensión de gTLD no va a ser aceptada en el centro de información de marcas, esto es lo mismo.

Tenemos marcas en el centro de información de marcas las cuales son inválidas por el tema del punto, los vamos a contactar a los agentes o a los tenedores de marcas para que corrijan o para que representen sin honorarios adicionales, hasta tanto sepamos qué es lo que se acepta y que no se acepta.

En cuanto a los datos de registro, fechas de registro, 9% de las presentaciones fallaron porque la fecha de registro no fue completada correctamente, la mayoría de los casos, la fecha de solicitud está incluida, solicitamos la fecha de registro esto no es obligatorio, la pueden presentar pero si, requerimos la fecha de registro, pero mucha gente se la confunde y no sabe exactamente cuál es la fecha de registración y cual la fecha de presentación.

El nombre del tenedor de la marca y esto puede ser sorprendente, pero al menos 20% de los registros de marcas fueron completados incorrectamente porque el nombre del tenedor fue completado incorrectamente, ya sea el nombre es correcto, pero no el tenedor y hay un campo en el centro con una interface, donde si uno es tenedor, licenciario o (inaudible) de licencia, todo esto tiene que ingresar correctamente completa, pero tal vez no eligieron el campo correcto y esto impulsa un error. Estas son las razones por las cuales todos los registros son devueltos a los agentes o a los tenedores para que corrijan esta información.

---

El 22% fallo la verificación porque la dirección era incorrecta, nuevamente como ya les dije anteriormente, las compañías cambian de dirección, entendemos que a las compañías les cuesta tiempo ir al centro de información de marcas y actualizar, esto se tiene que hacer dentro de las 24HS para que se verifique. En estos casos, por favor presenten evidencia documental como por ejemplo un formulario de registro que indique que la empresa se mudó. Aceptamos estas razones con evidencia documental.

También tenemos casos en la que la base de datos en línea en el cual la dirección no está mencionada en el certificado de marcas y que solicitamos la dirección que esta sea enviada al centro de información de marca, la copia del acta constitutiva, también el nombre o también una captura de pantalla con la dirección del tenedor de la marca. La descripción de bienes y servicios en el centro de información de marcas, tenemos dos campos, la descripción de bienes y servicios con clasificaciones a alto nivel de la descripción de estas necesidades; y después tenemos una descripción detallada de los bienes y servicios, y esta descripción detallada es lo que aparece en los certificados de marca.

En cuanto a la descripción de bienes y servicios tenemos que seleccionar el numero que corresponde al registro de marcas y eso tiene que tener una coincidencia y a veces tenemos una mala declaración del 8%, en la mayoría de los casos porque los nombres, los números de

---

estas clasificaciones están seleccionados mientras la marca está registrada en una jurisdicción que no sigue estos mismos términos.

Tenemos otro campo que dice, no corresponde, por ejemplo si la marca está registrada en una jurisdicción que no necesita esta descripción, no se aplica. En el API el valor es de 46.

Por lo tanto brindamos esta información, pero mucha de la información no está siendo leída en este momento. La descripción detallada de bienes y servicios, tenemos una tasa de error de un 14 %, es bastante alta, especialmente si ustedes piensan que sería un cortar pegar lo que está en el certificado en la base de dato y tenemos un 14% de errores.

Para la marca de Estados Unidos, puede pasar porque los certificados de marca de Estados Unidos, a veces en bienes y servicios está entre paréntesis y todo lo que está entre paréntesis significa que no hay una protección de esos bienes y servicios, y en este momento hay unas personas que hacer copiar y pegar de ese certificado entonces hay que eliminar los paréntesis porque de otra manera tendremos una información incorrecta del solicitante de la marca.

Para otras razones, una descripción detallada de bienes y servicios y es porque el certificado esta en otro idioma que no es inglés, por lo tanto le solicitamos una información detallada de bienes y servicios en el idioma de certificado de marca. Por ejemplo si el certificado viene de España, la descripción tiene que figurar en español. Si la quieren hacer en inglés no es un problema, pero tenemos que contar con una

---

traducción publica de esa información para verificar que esta traducción fue traducida.

La declaración de prueba de uso y la declaración el 50% lo tomo como incorrecto, creemos que esto es debido al hecho de que es completamente nuevo, la prueba de uso no siempre fue un requisito en los registros previos y la muestra es nueva, la tasa es muy alta aquí, tenemos un folleto en nuestra página que explica qué es aceptable y que no lo es, como presentar la declaración y tratamos de solucionar los errores tan pronto como sea posible, tratamos de brindar asistencia a las personas con seminarios en línea, muchas veces el nombre de la marca como aparece en el certificado tiene que estar en la prueba de uso; muchas veces hay marcas con un acento y la prueba de uso es sin acento y eso no califica como que uno está utilizando la marca, así que tiene que haber una coincidencia exacta con el certificado de la marca.

También vemos unos ejemplos de recibos, los recibos no muestran que uno usa la marca, los recibos o las facturas son utilizados para enviar una cuenta al cliente, pero eso no prueba que uno brinda bienes y servicios en el mercado. La captura de pantalla, de URL no, son aceptables, también tenemos ejemplos donde se brinda una página Web donde se menciona que el URL y la marca pero nada menciona de la marca y esto no califica como un ejemplo de prueba de uso.

Lo que si califica que si uno puede demostrar en la página Web que si uno está utilizando la marca y en algunos casos tenemos dudas y vamos

---

la página Web nosotros mismos para saber si podemos encontrar más maneras como ustedes están utilizando la marca y si hay alguna duda podemos solicitar ejemplos de uso también.

ORADOR: Algo para tener en cuenta para los matemáticos, si estuvieron agregando los distintos porcentajes, si supera el 100 % porque lamentablemente en algunos de los registros estamos viendo que hay más de un error. Esa podría ser la razón.

VICKY FOLENS: Eso es correcto lamentablemente y respecto de la declaración de la prueba de uso, esto es algo nuevo, entendemos que esto brinda una carga a la cuestión administrativa pero hay que declarar el nombre de la parte, el nombre del titular de la marca, tal como figura en el registro de marcas y hay que firmarlo y colocarle la fecha de (inaudible).

También asesoramos a todo el mundo que establezcan una declaración estándar, tenemos algunos clientes que presentan una declaración que no califica, es completamente distinta, por eso pusimos la información es un formulario que se puede bajar, hay que completarlo, ponerle la fecha y entregarlo, es bastante fácil de usar. Y luego la copia del certificado de marca no se presenta ese es el último error común que estamos viendo, tenemos bastantes errores comunes. En nuestro sitio Web hay una lista que contiene todos los países y jurisdicciones que están disponibles en nuestra base de dato online, también están los

---

países donde no hay base de datos oficiales, donde pedimos que ustedes entreguen los certificados de marcas, sin embargo los titulares y la gente presenta el registro de la marca registrada sin presentar esa lista, es bastante fácil de encontrar, está allí, todo se puede bajar de nuestra base de datos online y así ustedes automáticamente saben cómo presentar una copia, si tiene que hacerlo, y si no lo presentan va a estar marcado como incorrecto.

ORADOR NO IDENTIFICADO: Quisiera agregar algo. Si ustedes miran estos porcentajes, a nosotros no nos gustan mucho, son muy alto, son mucho más alto de lo que teníamos en el pasado cuando tuvimos otros periodos de “sunrise” y pudimos incluso llegar a menos de un 1% en la tasa de error, por eso es que hemos establecido este proceso de corrección, supuestamente se iba a hacer una vez, ahora lo hemos hecho varias veces para ayudarlos, hemos visto que con la mayoría de ustedes esto ayuda porque la tasa de error baja, sólo hay un comentario para agregar.

Cuando más cerca estaremos del periodo del pre registro, del período “sunrise” más difícil va a ser, esto no se requirió yo los ayudaría a hacerlo pero creo que la calidad es importante, cuanto más alta sea la calidad, más marcas vamos a poder proteger por eso tengan esto en cuenta y para el momento que lleguemos a septiembre y suba el volumen quizás nosotros no podamos ayudarlos, muchas veces por registro.



VICKY FOLENS:

En cuanto al tema anterior ha habido mucha confusión muchos rumores que el centro de información de marcas no acepta marcas no latinas, ICANN quiere decir muy fuertemente que sí aceptamos IDN, que sí aceptamos marcas en caracteres no latinos, así que no importa cuál sea el país, el centro de formación de marcas acepta todas las marcas, ahora tenemos cerca de 150 marcas en caracteres no latinos sabemos que este número es muy bajo, creemos que esto fue porque se han esparcido estos rumores, y también estamos trabajando muy de cerca con nuestras oficinas de PR, nuestras oficinas de marcas para que la información llegue especialmente en las regiones de Medio Oriente y de China para que la gente sepa que el centro de información de marcas existe y que acepta “ scripts” no latinos. No tenemos ningún problema en aceptarlos y verificar las marcas registradas.

También hemos escuchado que hay algunos agentes que dicen que tienen problemas para lograr que la marca quede con una etiqueta A, como ustedes saben el centro de marcas, si ustedes entran a nuestra interface Web la etiquetas que se generan en base a la marca se generan automáticamente. Los agentes están trabajando en el API, esto no se hace automáticamente y algunos de los agentes están teniendo dificultades para reunir todo esto, por eso la semana pasada pusimos una red en producción donde ustedes pueden fácilmente incluir sus marcas en un formato de IDN y le va a enviar el código PINI para que puedan presentarlo al centro de información de marcas.

---

El sitio Web, no se ha actualizado para brindar esta información, esto va a ocurrir nuevamente, estaba en producción el último viernes así que nosotros ya estamos acá y por eso no tuvimos tiempo para ponerlo en nuestro sitio Web.

Vamos al punto siguiente, las etiquetas que fueron abusadas anteriormente, fueron 50, el UDRP, las que fueron a los tribunales, sin importar cual sea el nombre yo les voy a dar alguna información sobre cómo se va a establecer esto.

Primero, las etiquetas que sufrieron abuso anteriormente, solamente se pueden agregar a registros que han sido verificados, primero porque las etiquetas solamente se consideran para la registración de marcas registradas, nosotros no queremos que haya ilegibilidad en el periodo de pre-registro porque estas etiquetas han llegado algunas a los tribunales.

Segundo, porque permite que todas las marcas que están dentro del centro de información de marcas puedan subir la información que sea necesaria para verificar y que las etiquetas brinden la protección necesaria. Hay un máximo de 50 etiquetas por marca registrada, lo cual no significa que uno no pueda subir un caso de RP o un caso judicial más, se puede subir muchos casos UDRP y judiciales pero se puede llegar solo hasta 50 etiquetas por eso puede haber 25 casos con 2 etiquetas, eso no es un problema.

---

Para los casos de UDRP, las decisiones de UDRP, ICANN tiene que aprobar el proveedor del servicio por eso la lista es limitada y depende de cuál sea la decisión de UDRP, y si se trata de un caso judicial se va a aceptar a nivel Nacional, no a nivel de los estados, por estas razones en particular.

Tratamos de hacerlo lo más simple posible, para limitar la información que se necesita para proveedor y para establecer la tasa sobre la base de la experiencia anterior. Para los casos de UDRP, lo que hay que presentar en el centro de marcas es el nombre del proveedor de servicios, la cantidad de casos de UDRP, el caso de referencia, el idioma del caso de referencia y la etiquetas.

Respecto del idioma, esto es nuevo, porque entendemos que algunos proveedores de UDRP puedan presentar la información que no sea en inglés o no común escrito en otro idioma y queremos facilitar esta verificación, también para que vaya al idioma específico que lo pueda verificar para que no tengamos que perder tiempo primero verificando el documento y luego notificando que tiene que ir a algún otro, esa es la razón por la que queremos que se indique el idioma del UDRP.

Para casos judiciales, es un poco distinto, porque en principio no hay datos de base online disponible, hay que brindar el nombre del tribunal la referencia a las decisiones judiciales, el idioma por la misma razón que en el caso de UDRP y aquí también pedimos que presenten una

---

copia del caso judicial para que presenten las etiquetas respecto de las cuales ustedes quieren verificación.

¿Cómo va a funcionar el proceso de verificación? Tenemos una verificación general, vamos ver si el caso de UDRP tiene que tener un proveedor de servicio o si el nombre del tribunal es correcto y si el número de referencia es correcto.

¿Qué es lo que verificamos en el caso de UDRP o en el caso judicial? Verificamos que el nombre de la marca y de la decisión sean coincidentes según se estableció en el registro, también miramos el número de registración y la decisión respecto de la cual se brindó el registro de marca, luego el país y también esto tiene que coincidir, estos tres puntos tienen que coincidir antes de que se verifique el caso de UDRP o judicial y por supuesto las etiquetas se mencionan en el caso también.

Es importante destacar que esto va a ocurrir solo una vez, no es una re-verificación y una vez que haya sido verificado ya está listo para continuar.

ORADOR SIN IDENTIFICAR: Sorprendente, nos fue difícil encontrar el precio justo para esto, si piensan en lo que tenemos que hacer. Tenemos que hacer una verificación, un caso de UDRP en principio no cambia, por eso no habría que hacer una verificación anual, por eso hemos sugerido aquí, tener un

---

precio de validación único por caso de UDRP de 50 a 75 dólares y luego una vez que fue validado puede estar activo durante un tiempo indefinido. Por caso UDRP, hay una o más etiquetas para esas etiquetas hay servicios de reclamo anuales, y por eso sugerimos que más allá del precio de validación, nosotros vamos a cobrar un dólar para los casos judiciales, tenemos mucho más que leer y que revisar, estamos pensando en 150 a 200 dólares.

Esto es lo que nos gustaría hacer, pero esto no está escrito en una piedra. Nuestra pregunta a la comunidad, especialmente a la comunidad de UDRP, es tengamos un debate sobre esto, no muy largo pero tengamos una opinión, una idea de si ustedes están pensando de que si esto es lógico o no y vamos a ver hasta qué punto podemos ayudarlos con esto. La mayoría de los precios están relacionados con la validación que ustedes tienen que hacer, pero queremos entrar en un debate sobre esto.

VICKY FOLENS:

Voy a acelerar un poquito, porque no tengo suficiente tiempo para ver todas las diapositivas. Les voy a dar una actualización, hay muchas cosas en las que estamos trabajando en lo que se ha implementado recientemente para el entorno de los agentes, las notificaciones semanales se envía a los titulares y a los agentes de la marca a medida que van cambiando el estatus de esa marca.

---

Los archivos SMD se han puesto a disposición y hemos establecido webinarios mensuales, newsletters y animaciones del centro de protección de marcas que están disponibles en más de 10 idiomas. Hay otras cosas también que están sucediendo, la prueba de uso va a ser subida como de un documento por separado, incluso si el registro de marcas es correcto y la prueba de uso es válida van a poder subirlo en forma separada y atravesar el proceso de corrección.

El archivo SMD va a estar disponible a fin de junio, las 50 etiquetas que fueron sujetas a abusos se van a implementar y van a haber ciertos cambios en el centro de protección de marcas.

Apoyo al cliente, les recuerdo que si son un usuario registrado o un titular o un agente, usen nuestro apoyo al cliente a través de nuestra página Web es fácil de usar, hay información para los usuarios no registrados para que tengan un poco mas de claridad de cómo usar el sitio Web. Algo importante, antes de que pasemos a las estadísticas, les recuerdo que la registración temprana está sucediendo ahora por eso, ahí van a tener un descuento, y si ustedes se registran ahora, sus marcas o sus períodos de registración de marcas va a empezar cuando ocurra el primer gTLD.

ORADOR:

Queremos terminar nuestra primer parte de la presentación de algunos números para que tengan una idea de que es lo que está sucediendo en el centro de información de marcas, como ven la cantidad de titulares

---

que estamos teniendo están alrededor de 800, tenemos 132 agentes, tenemos 5900 registros, con 62 jurisdicciones y estos 5900 representan 11700 etiquetas, como ustedes recuerdan hubo algunos puntos específicos para los caracteres especiales y por eso tenemos más etiquetas que antes.

Estos son los países principales, Estados Unidos, por supuesto es el primero, no dice mucho en este momento, tenemos más de 500 registros, les da esto una idea de donde estamos en este punto, por eso los principales son Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña, España, Alemania, Suecia, Canadá, Japón y Australia.

Vamos al siguiente, ahí ven ustedes que hay varios países que tiene muy pocos. ¿Cómo conectarse con nosotros? ¿Vicky quisieras mencionar esto?

VICKY FOLENS:

Si, creo que todos saben cuál es nuestro sitio Web, estamos muy activos con nuestra cuenta de Twitter, sino nos manda un twitt a @tmchinfo, podemos responder las preguntas a través de nuestro servicio de atención al cliente, y los invito si tienen más preguntas sobre lo que acabamos de decir o preguntas generales, vengan a nuestro stand, estamos en el pasillo, vengan por favor.

KAREN LENTZ:

Gracias, le voy a pasar la palabra ahora a Dirk.

DIRK DE BEVERE:

Buenos días soy Dirk De Bevere, respecto de los reclamos pre registro, no le vamos a dedicar mucho tiempo a esto, creo que Karen ya explicó al principio al inicio de esta presentación. Ahora estamos combinando la base de datos del centro de protección de marcas y los servicios de registración temprana.

El “setup” que tenemos ahora, es el que le mostramos ya en Beijing, es una base de datos triple con una base de datos central en Luxemburgo, y otros dos centros de datos que no mencionamos los datos la ultima vez pero uno va a estar en Singapur y el próximo en Denver. Este es un diseño que tiene muy poco equilibrio para dar un gran desempeño a las comunidades. En Polonia, eso es lo naranja que ven ahí estamos brindando todos los servicios relacionados desde la perspectiva tecnológica a la comunidad.

Lo que tenemos en la agenda hoy, es lo siguiente; primero voy a hablar sobre los servicios y los reclamos del período de pre registro, luego vamos a hablar del entorno “sandbox” de los procesos “sunrise” o de la registración temprana, vamos a hablar de la documentación del apoyo del cliente, y de la comunicación después de la reunión de Durban.

Entonces, ¿Dónde estamos con el período de pre registro?

Como ustedes saben, el período “sunrise” va a entrar en vivo y ya está confirmado para el 8 de agosto, así que hay que esperar unas semanas



---

más. El entorno de testeo, va a estar disponible este mes, va a estar disponible en la plataforma de valuación para los servicios “sunrise”, es decir que este entorno de testeo va a estar disponible el 31 de julio, los reclamos van a ir en vivo el 9 de septiembre, y el entorno de testeo para los reclamos irán en vivo a partir del 21 de agosto.

Van a haber otros oradores que hablarán de esto. El “sandbox” ya estará operativo, los detalles para conectarse y la producción de “sunrise” y la plataforma de operación y seguridad se va a reingresar para entrar en un testeo de desempeño que va a evaluar el entorno y la plataforma también va a empezar.

Esto es lo que presentamos en Beijing, les quiero dar una actualización y una modificación de cómo estamos ahora. El “sunrise” y los reclamos están por detrás de la infraestructura con una base de datos central que está en Luxemburgo, que ya está finalizada, luego tenemos la aplicación y desarrollo del pre registro, las dos solicitudes se han extendido con un resultado de algunos pequeños cambios a los requisitos que nos establecieron a principios de mes con la aplicación número 2, esto comenzó a principio de mes y como dije seguirá en forma de un testeo de seguridad y un periodo de evaluación del entorno.

En la fecha que dijimos antes el registro van a poder hacerlo al final del mes, el día 31. lo que ven verde es cuando entra en vivo el período “sunrise”, los registros, estamos ya al final del período que ha sido comunicado antes el 9 de agosto.

Los servicios de reclamos, normalmente existen las pruebas, están realizando en este momento las pruebas de seguridad y rendimiento para los registradores, esto ya fue comunicado comienza el 21 de agosto, y hasta ese momento, esto ya se va a discutir en el “sandbox” y hasta llegar a este “sandbox” va a haber un testeado de las pruebas operativas y el entorno de las evaluaciones, el “sandbox” será redundante.

El (inaudible -57.45.1 que fue anunciado en Pekín, esto va a ser el 9 de Septiembre según se anunció en Pekín.

ORADOR NO IDENTIFICADO: Soy Audrey (inaudible) y quería comentarle el tema del “sandbox”, en este momento el entorno de “sandbox” que hemos implementado para apoyar todas las pruebas preliminares, de las comunicaciones y las plataformas, esto está en circulación, está disponible en el URL con la conectividad que va a estar comunicada con la parte de nuestro personal. Ustedes podrán llegar y tener acceso. El “sandbox” va a estar disponible hasta que la plataforma esté en vivo, la plataforma de evaluación, y esto va a estar según el período del pre registro. Por el momento van a poder testear en la plataforma pequeña y esto en el entorno de “sandbox” nos va a dar una posibilidad muy limitada y que verificará para ustedes las políticas, esto les dará a todos la retroalimentación que uno espera del sistema para responder a este tipo de casos.



---

El proceso de “sunrise”, comienza cuando un tenedor de marca registra una marca y ésta ha sido verificada por Deloitte, como ya escuchamos por parte de Vicky, que produce datos en la marca de firma.

Esto puede ser introducido por el registrador al registro.

El registrador puede verificar los contenidos y está estructurado de tal manera que se puede verificar fuera de línea en todos los puntos del momento.

Un registrador puede verificar si los contenidos son correctos y si la presentación es válida, si es correcta lo envía al registro y el registro verifica toda la información, verifica diferentes aspectos para saber si está todo correcto para el registrador. El (registratario) verifica la etiqueta, si la etiqueta está en el archivo, si está en el archivo SMD o si la firma coincide, si este archivo D sigue siendo válido en el momento y por ultimo si este archivo D no está en la lista de revocación.

Gustavo ya dijo que esta lista de revocación, ya está disponible para la prueba. Entonces desde el punto de vista del registro, se puede verificar los datos hasta este momento, ya sea los datos del archivo D si están disponibles. Tener una lista de revocación que pueden modificar estos archivos D.

Hay cuatro pruebas con advertencias para el registro de estos dominios de gTLDs, el registro puede aún presentarse y notificar al centro de información de marcas y dice, “bueno, esta marca ya fue registrada bajo

---

este registro” entonces el archivo va directamente al centro de información y protección de marcas, envía las notificaciones a los tenedores de marcas o titulares de marcas y este proceso de reclamo.

Esta diapositiva ya la vimos mil veces, pero quería decirles esto rápidamente, en el período de pre registro, esto es un poco más complicado. Reclamos, los reclamos son un poco más complicados porque vamos hacia arriba y hacia abajo en esta línea dos veces. Una vez que se quieren registrar los nombres de dominio lo primero que hace el registrador es verificar que la etiqueta este libre, entonces el registros pregunta, “¿esta etiqueta está libre?” si es si, se va nuevamente al (registratario) y dice, “si, está libre, pero hay ciertas especificidades”.

Ustedes escucharán de los registros que les permiten hacer todos los reclamos que están relacionados con esta etiqueta que proviene del centro de información de marcas en un servicio CNS se puede examinar, todos estos documentos son archivos estáticos, se pueden recobrar y tienen que visualizar por parte del (registratario). El (registratario) tiene que confirmar que la información que visualiza es correcta para continuar con el registro. El registrador dice, “bien”, el (registratario) sigue queriendo registrar el nombre de dominio, y les informa al registro y le informa que el (registratario) ha leído y que todo está correcto.

---

Luego, se registra el nombre del dominio en el mismo orden que ya hemos discutido anteriormente, introduce el hecho de que la etiqueta fue registrada por el centro de información de marcas, el centro de información de marcas notifica al tenedor de marcas, estos son los dos procesos que están implementados y como el registro sabe qué información tiene que pasar al registrador; hay una lista de distribución para el registro en el proceso de reclamos, que el registro puede bajar y descargar con una etiqueta sobre un URLS para saber qué tipo de archivos pueden ser recuperados.

Estos son los dos procesos que yo quería describir. Muchas gracias.

**ORADOR NO IDENTIFICADO:** Bien, la información para este proceso ya está disponible, los instamos a que se familiaricen con esta información que la lean en profundidad, y además en la infraestructura de pre registro, tenemos la comunidad y también esto va a estar disponible en un formato de PDF HTML. No va a ser un duplicado de la información que ya está acá, a haber una referencia o un enlace para que también ustedes lo puedan usar en combinación.

Cada manual de usuario va a tener preguntas frecuentes para que el den más hechos sobre temas corrientes, y desde este punto de vista las sesiones van a tener temas corrientes y también la página Web.

Para los reclamos de pre registro, la documentación está disponible y todos los demás documentos van a publicarse en breve, ustedes podrán leer estos documentos, así que si tienen alguna pregunta, las podemos responder. Bien, también se mencionó el apoyo para las estructuras del reclamo del período de pre registro, esta infraestructura va a ser utilizada por el centro de información y protección de marcas, parte de la ICANN y la verificación que hace Deloitte e IBM, en este caso.

Hay una entidad donde tratamos de poner en línea todos los escritorios para que sepan como comunicarse uno con el otro, y también tenemos nuestras propias obligaciones y deberes. La ICANN tiene que responder preguntas no relacionadas con los registros, preguntas generales y Deloitte también tiene que responder preguntas e IBM, temas técnicos sobre la infraestructura de período pre registro.

Todos trabajan independientemente pero hay que sincronizarlos para dirigir la pregunta al escritorio correcto, por ello debemos darle la información par que ustedes sepan donde tiene que ir, para saber que los procesos están en líneas e informar a cada uno de los escritorios para que ellos brinden el mejor soporte y ayuda posible junto con la ICANN trabajamos en un paquete de bienvenida para los reclamos de periodos de pre-registros vamos a comenzar a registrar y tener apoyo de la página de IBM para asegurarnos de que nuestros escritorios no estén sobre cargados y si ustedes quieren registrarse en el sitio Web de IBM, lo pueden hacer para obtener apoyo, todo esto está documentado

y será documentado en el paquete de bienvenida, así que no hay ninguna pregunta para saber cómo hacerlo.

También brindaremos un portal de servicio y un número de teléfono de servicio y ustedes lo pueden utilizar. Si ustedes no obtienen la respuesta a sus preguntas, nosotros les daremos el apoyo que ustedes necesiten, de la mejor manera posible.

También daremos flexibilidad para que sepan que solamente no hay una persona en la organización que pueda y que gestionar a todos los temas sino que van a haber varias personas disponibles 24 horas por día. Les brindaremos a todas las organizaciones un máximo de hasta 5 personas que se pueden registrar en esta página Web, esta es nuestra preferencia, si tiene menos está bien, y esperamos no estar inundados con preguntas o tener 20 personas que se registren.

Y por ultimo estamos trabajando para asegurarnos de que ustedes tengan toda la información disponible centralmente. Y para que ustedes sepan donde tener ayuda estamos trabajando con la ICANN y Deloitte para asegurarnos de que la información esté disponible ya sea por Link o a través de las páginas Web, ya les daremos los enlaces luego.

Estamos trabajando muy duro en estos temas, y también llegaremos ahí, para que la Web sea un lugar más amistoso donde ustedes puedan resolver sus dudas.



---

El portal de autoservicio, está disponible 24 Hs por día, todo a estar en inglés así que por favor hagan las preguntas solamente en inglés, en el portal, tenemos un número acá en Polonia, la URL para los servicios de búsqueda, también pueden conectarse si ustedes se registraron en la página Web de IBM, y tienen un número de usuario y una clave lo pueden usar para loguearse.

Esto los dispara a una página que normalmente salen todas las credenciales, con lo que el sistema ya sabe para que ustedes, tengan la seguridad de que la pregunta pueda ser debidamente seguida. Bien, las comunicaciones, ya hemos escuchado mucho debate en el pasado, en diferentes sesiones, vamos a ofrecer seminarios en línea para la comunidad que van a abordar un punto pre definido en las primeras sesiones, también va a haber una parte de preguntas respuestas, ustedes podrán presentar sus preguntas, y les vamos a responder en las sesiones. Por ejemplo, si los seminarios tienen que cambiarse o si nosotros podemos brindarles apoyo a todos ustedes, esto será tan pronto como sea posible, también planeamos tener el primer webinar la primera semana de agosto, así que verifiquen esto, específicamente en la página Web de la ICANN, ahí encontraran actualizaciones.

Ayer escucha algunas sesiones donde se trató el debate sobre las comunicaciones entre registros, registradores, e IBM y hubo una pregunta, sobre seminarios por la Web adicionales, ya iremos a este tema con “webinars” suplementarios e interacciones para saber cómo

---

funciona esta experiencia y cómo funciona el sistema. También surgieron sugerencias en las sesiones pasadas, no definimos hasta el momento como hacerlo y si lo hacemos tendremos que discutirlo con la ICANN.

Consideraremos seriamente una ayuda para que ustedes puedan tener este sistema activo tan pronto como sea posible, hay tiempos definidos para los sistemas “back-end” y también iremos a estos temas y los comunicaremos oportunamente a ustedes. Dirck, ¿tienen algún comentario más?

Muchas gracias Karen por recordármelo, los “webinars” van a ser planificados uno por semana y luego dos por semanas. Comenzaremos con la información general sobre reclamos y luego vamos a ir a otras sesiones sobre diferentes temas sobre del periodo pre registro a reclamos y luego, juntos vamos a debatir que es lo que ustedes quieren en los “webinars”, si ustedes tienen algún tema favorito que lo quieran presentar lo pueden hacer y seguramente repetiremos estas sesiones.

Por ejemplo hay registros y registradores que van a querer sumarse y obtener información que hemos presentado anteriormente y lo haremos todas las semanas y el tiempo y frecuencia de los “webinars” se van poner disponibles en diferentes usos horarios, obviamente no podemos complacer a todo el mundo pero vamos a tratar de complacer a la mayor parte porque sabemos que a veces puede ser muy temprano la mañana o muy tarde a la noche.

---

Muchas gracias.

DIRK DE BEVERE:

Bien, se discutió el tema de comunicación, hay dos elementos que no tratamos, las acciones interactivas para permitir una comunicación bi-direccional abierta y directa entre los registros y los registradores y operadores de “back-end.

Son ideas y sugerencias que se presentaron durante estas conferencias, si hay alguna otra idea también las recibiremos si es posible vamos a considerarla y considerarla, también durante la segunda parte de la conferencia vamos a estar disponibles para que ustedes puedan formular cualquier pregunta sobre el centro de información y protección de marcas.

KAREN LENTZ:

Muchas gracias Audrey y Jan. Hemos cubiertos muchos temas resuelto, algunas preguntas. El micrófono está abierto para cualquiera que trate de alternar entre las preguntas en la sala y las pregunta remotas, si es que tenemos algunas. Muchas gracias. Así que bien Amadeo tiene la palabra.

AMADEU ABRIL-ABRIL:

Esta es una medida anti Amadeu que ustedes están intentando en esta reunión. Tengo una pregunta para IBM, una para Deloitte otra para ICANN y otra es un pedido general. Empiezo con el pedido general.

ORADOR NO IDENTIFICADO: Amadeu ya que tenemos una cantidad limitada de tiempo. ¿Puedo sugerir que la limitemos a una sola pregunta para que pueda haber una fila? Empiece por favor con una pregunta y luego puede volver a la fila hasta que tengamos que cortar, ¿le parece bien Karen?

AMADEU ABRIL-ABRIL: Todos excepto Vicky dijeron algo sobre el testeo, y cuando va a estar disponible el testeo, algunas cosas van a ser pronto y otra en julio, ¿Me puede aclarar para los registros y los registradores cuándo va a estar disponible el entorno de testeo de “sandbox”? usted mencionó cosas distintas pero no concluyó a ninguna.

ORADOR NO IDENTIFICADO: El período de testeo operativo va a estar disponible el 31 de julio para “sunrise”.

ORADOR Habían 17 preguntas en la línea y están en orden a como las presentaciones fueron. La primera, fue si es posible insertar una lista de “strings” que digan porqué una ubicación geográfica esté mencionada en el centro de marcas y si es posible desbloquear los nombres.

---

**KAREN LENTZ:** Gracias por la pregunta, o gracias al participante remoto por la pregunta. Creo que esta pregunta tiene que ver con si es posible crear una facilidad donde haya un procedimiento que haya un indicador geográfico de cuestiones como estas que se incluyan en el centro de información de marcas en relación con algún tipo de procedimiento para bloquear o registrar esos nombres. No los tenemos actualmente, no se ha incluido como una funcionalidad para el centro de marcas. Es algo que se puede considerar quizás para el futuro y que se pueda acordar y desarrollar.

**ORADOR NO IDENTIFICADO:** Voy a hacer una pregunta más. ¿Cuándo va a estar el Trademark 50 listo?

**KAREN LENTZ:** Como mencioné al principio, no tenemos una fecha específica, pero la vamos a tener lista o esperamos tenerla lista antes de que los registros habrán el período.

**YOSHI:** Soy Yoshi Mirakami, recientemente recibimos un proceso de Konac que nos dice que, Konac es una organización aprobada por ICANN, y que los intercambios de información de los TMCH son aprobados por ICANN y son los únicos organizadores que pueden registrar TMCH en chino simplificado y nosotros estamos un poco confundidos en decir si esto es verdad o no. Me pregunto si ustedes están consientes de esto.

---

KAREN LENTZ: Gracias, como dije al principio. El centro de marcas tiene varias funciones, una es la de validación sobre cómo se presentan las marcas por parte de los titulares y como se verifican antes de ser incluidas en la base de datos. Nuestros proveedores de servicios de verificación, ustedes los pueden ver sentados aquí.

Nosotros no hemos aprobado ningún otro proveedor de servicio para el centro de marcas.

ORADOR NO IDENTIFICADO: Gracias.

REUBEN: Soy Reuben de “.BR”, esta es una pregunta para Deloitte. Deloitte mencionó en su presentación que los procedimientos de los proveedores de UDRP acreditados por la ICANN van a ser aprobados en las marcas registradas + 50 y me gustaría preguntar si esto se extiende a los ccTLDs que tienen disputas y que muchas veces esas disputas se realizan por parte de proveedores de resoluciones de disputas acreditados o aprobados por ICANN.

KAREN LENTZ: Gracias esta pregunta es para Deloitte, pero quizás Vicky pueda agregar algo si quiere. La pregunta fue, en cuanto a la documentación, si una

---

marca ya fue abusada según lo estableció, algún procedimiento. Actualmente esto se extiende al UDRP que es aplicable a todos los nombres de los espacios de gTLD y las sesiones que fueron determinadas por una jurisdicción en particular. Esto se puede extender más allá a procesos donde hay varios ccTLDs que son similares para presentar un arbitraje en este tipo de disputas y hay según yo entiendo varias de ellas, por lo tanto tenemos que mirar más de cerca cual es el alcance de todo esto y considerar si van a ser adecuadas o no para el espacio de gTLD y para las etiquetas que son abusadas.

ORADOR NO IDENTIFICADO: Gracias.

CONNIE: La pregunta es de Connie Homes, según la especificación 7 de la guía del solicitante solamente los registros de gTLDs se requieren presentar un acuerdo con el centro de información de marcas para brindar registración para los dominios de marca durante el periodo de pre registro para los registros que operan cerca o TLDs cerrados que no brindan servicios al público o solamente están registrando dominios durante el período de pre registro, ¿están todavía sujetos a cumplir con este acuerdo con el centro de información de marcas?

KAREN LENTZ: Gracias, esta especificación 7 en el acuerdo es aplicable a todos los registros de gTLDs que firmaron un contrato.

El mecanismo de protección de derecho del período de pre registro y los reclamos de marcas registradas están todos de acuerdo con el desarrollo de un nuevo programa de gTLDs. Queremos asegurar que esto sea ofrecido a todos y no hay actualmente un mecanismo para exceptuar a nadie de este sistema.

STEPHANIE DUCHESNEAU: Hemos visto inconsistencia en la cantidad de oportunidades que un titular o un agente tiene para corregir sus registros, antes de presentarlos completamente y pagar los cargos. También hemos visto que a Deloitte le ha pasado esto también. ¿Tienen ustedes un conjunto final definitivo de la cantidad de veces que esto pueda ocurrir antes que el registro pueda ser presentado nuevamente?

VICKY FOLENS: Gracia por esto. En principio no tendría que haber una inconsistencia, eso es incorrecto, si eso está sucediendo vamos a mirarlo inmediatamente. Los lineamientos son un proceso de corrección pero tenemos que presentárselos a todos en la medida de lo que podamos. Nosotros hemos recibido un reclamo de una agente titular de marcas, que nos preguntaba si nos podía ayudar y facilitarnos (inaudible) de la mejor manera posible.

También para todos los registros que están marcados como inválidos estamos comunicándonos con ellos en agosto para ver si los podemos ayudar antes de que llegue el mes de septiembre porque creemos que



---

vamos a tener un problema grande en septiembre y creemos que todos tiene que saber qué es lo que está pasando y como corregir esa información.

AMADEU ABRIL-ABRIL:

Amadeu Abril de la asociación CORE, esto es especialmente para Vicky, yo escuche el mismo rumor que usted de que el centro de marcas no acepta IDNs, nosotros preguntamos y recibimos una respuesta.

El otro rumor que escuché, es que lamentablemente el centro de marcas es bastante invisible en el Medio Oriente o para los “scripts” en árabe o para los “scripts” no latinos, tenemos la excepción de China, de Japón y quizás de algún otro lado donde hay “scripts” que no son latinos.

Esto es preocupante, no sólo porque hay una cuestión natural, sino también porque tenemos 3 TLDs de IDN y hay una prioridad de ICANN, el período “sunrise” y pre registro va a empezar justamente con esos caracteres. Por eso yo quiero saber si ustedes tienen estadísticas de la cantidad de “script” en Árabe, Urdu o Farsi o lo que fuere, en el centro de marcas y si por ejemplo tienen uno en cirílico y si lo pueden establecer ya sea en Ruso o Beloruso o lo que fuere.

La pregunta es, es un pedido a ustedes la ICANN para que podamos reservarnos en esta área porque ellos son los primeros que llegan a tiempo van a estar ahí en septiembre, no septiembre del 2015, por eso tenemos que hacer algo.

**VICKY FOLENS:** Gracias. Sabemos de esto, estamos traduciendo las guías al Árabe y a otros idiomas también, tenemos nuestro sitio Web establecido para solicitar múltiples idiomas y estamos trabajando con nuestra agencia de Relaciones Publicas para que nos conecte con los artículos las noticias y toda la información que tenemos en distintas regiones, específicamente facilitar los IDNs para que la gente sepa lo que está ocurriendo y por supuesto estamos luchando con el hecho de que a pesar de que podemos hacer concientización sobre estos gTLDs en esta zona, sabemos que vamos a tener que empezar desde el principio y vamos tener que facilitarlo la próximas semanas.

**ORADOR NO IDENTIFICADO:** También hemos estado identificando otros individuos con los que queremos trabajar en regiones especiales, como en Israel, como en China, en el Medio Oriente, estamos corriendo lo más que podemos, pero tenemos mucho en nuestro plato y sabemos que es muy importante prestarle más atención.

Por ejemplo esta semana para Sudáfrica tuvimos nuestra agencia de Relaciones Públicas, que se focalizó en tener uno o dos artículos en la prensa local por lo menos para crear alguna especie de turbulencia y que el mundo hable de esto. Es difícil hacerlo en todas partes con la misma base, pero vamos a invertir más en los próximos dos o tres meses en esos mercados emergentes.

---

ORADOR SIN IDENTIFICAR: ¿Otra pregunta de algún participante remoto? Muchas marcas contienen, se quitan ciertas marcas para poner un nombre genérico. El centro de marcas mencionó que las marcas con “scripts” mezclados no van a tener protección. ¿Esto es una cuestión técnica que no se puede cambiar para que las marcas de “scripts” mezclados puedan ser significativos en el uso del espacio de dominio?

GUSTAVO LOZANO: La respuesta está en la guía de los IDNs de ICANN, en la sección 5 se dice que todo va a ser tomado del estándar único 24. Básicamente esa es la respuesta, es decir, quizás usted quiera leer esas guías y ver que la sección 5 responde a esto.

KAREN LENTZ: Gracias Gustavo. La respuesta está en las guías del DNS o en la etiquetas de segundo nivel que tiene una especie de prohibición general de “scripts” mezclados dentro de la misma etiqueta. Si bien hay marcas validas que pueden contener “scripts” diferentes, no se traducen, es decir no se puede transferir una marca a un nombre de dominio que resulte en un nombre de dominio ilegal. En ese caso no hay nada que proteger, porque otro (registratario) podría registrar ese mismo nombre.

---

ORADOR SIN IDENTIFICAR: Gracias, hay otra pregunta de KOM que dice: para evitar la confusión del usuario, algunas solicitudes de gTLDs de IDNs han sido asignadas y quieren llegar al ASCII de segundo nivel y las registraciones. ¿Cómo logramos de que la guía explique este conflicto?

ORADOR: Si es que entiendo bien la pregunta, esto se refiere a una registración o nombres de dominios existentes en un TLD que puedan tener una prioridad en términos de las registraciones del nuevo TLD, esto no es algo que esté establecido en la guía y no se ha discutido demasiado, por lo que yo sé, como esto fa a funcionar. Por eso creo que es algo que hay que revisar. Es decir saber cuáles son los detalles hasta poder responder.

ALEX: Soy Alex de “.AT” y de uno de los registradores. Mi pregunta es, los registros administrativos para nosotros como empleadores back-end, para que podemos tener acceso a las interfaces de IBM, ¿Los solicitantes deben firmar un contrato con el centro de marcas para que podamos hacer un testeo de integración? Y la segunda pregunta para Gustavo, ¿Cuál es el estado del borrador sobre Internet que nosotros tenemos, son finales, es estable como para que podamos depender de la implementación de eso o va a cambiar?

ORADOR: Son cuestiones de tiempo en realidad.

---

KAREN LENTZ: Para clarificar entonces, su pregunta es; ¿Cuáles son los requisitos administrativos y contractuales para poder acceder al testeo?

ORADOR NO IDENTIFICADO: Si, ya que no somos un solicitante no podemos firmar un contrato con el TMCH.

ORADOR NO IDENTIFICADO: Los acuerdos contractuales existen dentro del registro ICANN y el registro puede tener registradores de IDN con “password” de “back-end”

ORADOR NO IDENTIFICADO: Entonces no puedo testear antes de que nuestro solicitante firme un contrato.

ORADOR NO IDENTIFICADO: Usted va a poder acceder a eso en base a las credenciales provistas por el (registratario).

GUSTAVO LOZANO: Tenemos mucho “feedback” de la comunidad, yo considero que son estables. Lo hemos estado utilizando ese borrador para implementar las soluciones, obviamente si encontramos algo incorrecto lo vamos a corregir.

---

Mi plan es, que una vez que tengamos las operaciones del centro de marcas registradas, puede ser de cuatro a seis meses, vamos a crear un RC en base al borrador.

JOHN BERRYHILL: Si soy un propietario de una marca que no prestó atención y después de varios meses veo que se están lanzando nuevos TLDs, y algunas partes no autorizada, de repente presentan mi información al centro de marcas para (inaudible) para la registración del período pre registro. ¿Hay algún mecanismo para que yo como propietario de marca pueda quitar una entrada no autorizada del centro de marcas?

ORADOR NO IDENTIFICADO: Bueno, eso es lo que pasó con los registros de dominios.

INTERPRETE: Los oradores se superponen.(- 19.19.0).

ORADOR NO IDENTIFICADO: Yo tengo que firmar un papel para poder firmar el centro de marcas.

ORADOR NO IDENTIFICADO: No es tan fácil estamos haciendo algunas validaciones y verificaciones sobre la autenticidad de la persona que presenta una marca y hay varias verificaciones que se hacen en detalle. ¿Va a ocurrir eso?, bueno, nunca va a ocurrir. Supongo que no, pero hay un proceso para disputar una

---

decisión que tomó el centro de protección de marca. Por lo tanto se puede ir a ese centro de protección de marcas y presentar una objeción, pero el tema es ver cada cuanto se va a saber eso. Si usted no está en el centro de marcas o digamos, si usted está también en el centro de marcas y tiene una marca similar, usted sabrá inmediatamente, porque va a recibir reclamos sobre esa marca específica.

Sino, probablemente, va a necesitar un procedimiento externo para entender porque esto no es parte de lo que tenemos que hacer.

ORADOR NO IDENTIFICADO: No sabía nada con respecto al cambio de identidad.

VICKY FOLENS: Si pudiese que agregar algo a eso, para el registro de marcas, incluso cuando hay terceros, siempre tiene que brindar la dirección de e mail al titular de marcas y hacemos algunas verificaciones en base a los distintos criterios para asegurarnos que el titular de marcas haya brindado ya sea la autorización a la gente de marcas o uno para brindárselo a otro.

PUBLICO 17.35.1: Entonces, si no podemos hacer la concordancia de la dirección de e-mail con el propietario de la marca, no lo aceptamos. Lo que vimos es que algunas personas tratan de registrar como un tenedor y es un agente, y

eso lo detectamos. Obviamente hay chequeos y verificaciones, esto necesita mejoras.

Pero las características generales sobre la tarjeta de identificación están siendo implementadas. No está requerido, estamos viéndolo, pero cada vez que tenemos una duda hacemos una verificación potencial.

ORADOR NO IDENTIFICADO: Bueno, la pregunta es, si es un agente o propietario, ¿Se busca el dueño?

PANEL: Tenemos que saber si el tenedor o el agente de la marca obtuvo los datos correctamente y si los datos coinciden se hace una activación de esa cuenta.

ORADOR: Bien, la próxima pregunta remota de Connie Hann, número 3. ¿Podrían especificar quien debe certificar las traducciones para que las traducciones sean aceptadas por parte del centro de información y protección de marcas?

FOLENS: Una certificación y una traducción pública la tiene que hacer un traductor público, sin embargo ya que tratamos con recursos locales que entienden ambos idiomas es suficiente proveer una traducción del oficial de marcas, o el agente de marcas que también puede brindar una



---

traducción, porque también puede hacer una concordancia entre las personas que saben esos idiomas.

ORADOR NO IDENTIFICADO: Entonces la respuesta, no es necesario tener una traducción pública. Creemos que nuestros recursos, debido a que son idiomas hablantes nativos, tienen la capacidad de hacer una traducción, y con el proceso de recolección que nosotros tenemos si no hay una traducción de uno a uno, después le informamos. La segunda pregunta, es si es importante. Cualquier descripción de bienes o servicios debe ser una coincidencia exacta con la documentación respaldatoria que nosotros tengamos, los agentes o partes específicas que desean incluir por ejemplo una descripción en inglés y una traducción al inglés, porque ellos suponen que el registro no va a hacer las traducciones, no vamos a ser tan estrictos.

Pero lo que es importante para esa registración específica es que cualquiera sea el script que se usa para los bienes y servicios, tenga una coincidencia exacta con cualquier documentación respaldatoria que nosotros utilicemos para verificar.

ORADOR NO IDENTIFICADO: Tenemos otra pregunta remota de IMA, para la prueba de uso en cuanto a las marcas figurativas. Esta prueba de uso, ¿Tiene que mostrar una coincidencia exacta con la marca, como por ejemplo los gráficos o

---

los colores o se puede utilizar los colores primarios y otros caracteres en la marca?

VICKY FOLENS: La prueba de uso. Sabemos que en algunos casos no podemos dar porque es una marca figurativa, depende de la prueba de uso, y hay un folleto donde dice, que la marca en esos casos aceptamos esta excepción. Pero si vemos y tratamos de ver, si podemos primero, encontrar la marca figurativa.

ORADOR NO IDENTIFICADO: La otra pregunta es de Lucy Seufier, ¿cómo Deliotte sabe que la decisión no va a ser apelada cuando estamos hablando de casos en los tribunales?

VICKY FOLENS: No sabemos en este momento, hacemos la verificación sobre la base de la información brindada. Si hay una tercera persona está en una apelación se toma una decisión y siempre pueden presentar una disputa sobre la base de la apelación.

PANEL: Obviamente hacemos verificación de la documentación y si proviene de un juicio se verifican estas documentaciones.

- 
- MICHAEL: Soy Michael de Alemania, tengo una pregunta para clarificar. Si se quiere registrar en diferentes países ¿Se puede registrar para un + 500, diez veces 50?
- PANEL: Si registra la misma marca en múltiples jurisdicciones lo pueden hacer. Esto es una posibilidad. Muchas gracias.
- ALEX MEYERHOFFER: Alex Meyerhoffer “.AT”. mi pregunta se refiere a como “back-end operator” ¿Tengo que repetir la prueba de cada TLD que opero o de estos gTLDs que están operando?
- PANEL: Tiene que repetirlo y una vez que el proceso se aclara está listo.
- ORADOR NO IDENTIFICADO: La próxima pregunta remota. De Connie Haha. ¿El entorno de OTE está listo? Ya que fue liberado hace dos semanas, porque no pude tener acceso a é.
- VICKY FOLENS: En torno de OTE para acceder al centro de información de marcas está disponible, y tenemos muchos usuarios en el sistema y si hay algo que por alguna razón no está conectándose, necesitan crear un boleto de soporte al cliente y resolverlo.

---

ORADOR NO IDENTIFICADO: Esta pregunta es de Jane Chiao de “.Asia”. La presentación temprana de marcas, ¿Termina en septiembre de este año o cuándo?

FOLENS: Va a terminar cuando el primer gTLD se lanza en el período pre registro.

ORADOR NO IDENTIFICADO: La próxima pregunta de Thomas Arlens. ¿Quién va a recibir la notificación una vez que el dominio fue registrado en el período de pre registro?

VICKY FOLENS: Las notificaciones se envían al agente o propietario de la marca depende de quién con el Centro de información de marcas. Si es un agente, es a través de este centro o directamente al tenedor.

ORADOR NO IDENTIFICADO: Una pregunta referente a la discusión de los scripts y de las aceptaciones de los scripts mezclados. ¿Es verdad que dice que los mismos scripts pueden tener (inaudible) en la guía para el solicitante tiene temas de implementación de la ICANN y esto no es una declaración completa. Hay excepciones, y las reglas aceptan scripts mezclados así que tienen que medir y verificar la implementación en especial para scripts de Chino y Japonés.

**ORADOR:** Muchas gracias James. Hay excepciones, anotados en los lineamientos y yo hablé de un caso general, usted tiene razón hay casos específicos en los que hay excepciones, ciertos casos en los que hay reglas establecidas sobre cómo utilizarlas. Ya tenemos los lineamientos de IDNs, ya se los presentamos a Deloitte y a IBM para una correcta implementación.

**ORADOR NO IDENTIFICADO:** Hay cinco participaciones remotas, la siguiente pregunta es, ¿podrían informarnos cuántos registradores están implementando o planean implementar en el proceso de reclamos?

**VICKY FOLENS:** ¿Cuántos registradores planeen implementar en el proceso de reclamo? Yo no lo sé. Los registradores que deseen soportar los nuevos gTLDs y que deseen brindar estos servicios a los (registrararios) que quieran registrar durante el período de pre registro de TLD van a estar interesados.

**ORADOR NO IDENTIFICADO:** La próxima pregunta es de Bennie Samuelson, según se dijo ayer, el TM + 50 va a estar retardada y ¿Cómo esto va a afectar los primeros TLDs que van a ir en vivo con el período de pre registro?

**VICKY FOLENS:** ¿Podría repetir?

ORADOR NO IDENTIFICADO: Si, según se informó ayer, el TM + 50 ¿Cómo va a afectar los primeros TLDs que vayan en vivo con el período de pre registro en un aumento de costos?

VICKY FOLENS: Esto no va a afectar a nadie en el periodo de pre registro. Primero, el +50 solamente se aplica al proceso de reclamos, no al período de pre registro. Además, no se trata en ningún momento de la implementación de esa funcionalidad, no va a haber un retraso de ningún TLD.

ORADOR NO IDENTIFICADO: Otra pregunta de Maxim, ¿Será posible transferir los casos de clientes entre IBM, Deloitte e ICANN? No entiendo bien como se van a tratar estos casos de clientes.

VICKY FOLENS: Muchas gracias. La pregunta se relaciona con lo que se describió sobre los escritorios de servicio, y un usuario por ejemplo, tiene una pregunta, puede tener recurso y acceso a cualquiera de los tres. Entonces, cómo nos coordinamos el uno con el otro que estamos cubriendo todas las preguntas y que alguien lo haga. Y segundo, tenemos mecanismos para evitar que la pregunta termine en el lugar equivocado, o que no haya un error de comunicación.

---

ORADOR NO IDENTIFICADO: Quisiera agregar que las preguntas pueden estar dirigidas a un escritorio de servicio individual, vamos a tratar de comunicar entre los usuarios para asegurarnos de que sean re dirigidas apropiadamente para asegurarnos también que tengamos la información de manera oportuna, y de que puedan evacuar sus dudas.

ORADOR NO IDENTIFICADO: Gracias, esta es una pregunta de Thomas Lenz, ¿no sería mejor implementar un servicio de atención al cliente con expertos de las tres partes, dónde aborden estos temas?

PANEL: Si eso hubiese sido posible lo hubiésemos hecho, tenemos diferentes organizaciones que cooperan tanto como pueden. Vemos temas de implementación en la actualidad esto no es el caso de tener una sola unidad, necesitamos utilizar todos los apoyos para mantenerlo efectivo y tenemos que alinear los escritorios de servicio de la manera tan efectiva como sea posible.

ORADOR NO IDENTIFICADO: Tenemos dos preguntas más y después tenemos que cerrar para continuar con la próxima sesión.

ORADOR NO IDENTIFICADO: Esta pregunta es Lucas Ball para Karen, ¿hay algo que impide a un operador de registros de cobrar 1 millón de dólares por dominio

---

durante el período pre registro del centro de información de marca, y después cobrar 10 dólares para la misma practica una vez que este periodo haya terminado?

KAREN LENTZ: Ninguno de los acuerdos de la ICANN, con los registros tiene ninguna regulación sobre precios. Los registros, esperan evaluar en relación con el mercado y los servicios que ofrecen, etc. Y deben decidir sus costos, pero la ICANN no dice nada.

ORADOR NO IDENTIFICADO: La pregunta de (inaudible- 2.21.1), ¿Podrían tener más información en cuanto a las prioridades de las marcas por parte de los TLDs regionales?

KAREN LENTZ: ¿Podría repetir la pregunta?

ORADOR NO IDENTIFICADO: Más color en cuanto a los registros de marcas, por parte de TLDs regionales.

KAREN LENTZ: Ese es un punto que mencionó en cuanto a los requisitos para los registros para que implementen el proceso de reclamo de período pre registro. Los solicitantes que tenían un foco regional o geográfico en particular en la designación de nombre de dominio en el período pre



registro según una prioridad basada en los que estaban más cerca de la región o que tenían cierto vínculos con esa región.

El Centro de información de marca y su verificación brinda verificación de que esa entidad ha cumplido con los requisitos de pre registro, y puede haber varios tenedores de marcas que quieran el mismo nombre de dominio y en ese caso todos los registros tienen procesos de asignación, entonces la propuesta se centraba en la habilidad de los operadores de registro que establezcan una prioridad en la designación sobre la base del foco de este TLD.

Bien, con esto quiero agradecer a todo el mundo que han pasado dos hora de su almuerzo aquí con nosotros, ahora tenemos aquí otra sesión que va a comenzar en 15 minutos.

Muchas gracias.

**[FIN DEL AUDIO]**